



Tecnológico
Universitario
Cordillera

Pasarelas de pago

ZARA

Curso:
3ro "B"

Integrantes:
Karla Almeida
Leonel García

Fecha:
Lunes 14 de Julio del 2025

1. Identificación de Estrategias Comerciales

Estrategia 1:

“El modelo de negocio de Zara es un modelo basado en técnicas Lean. Este tipo de técnicas se centran en minimizar los costes de producción. Para ello, el objetivo de su estrategia es mantener una cantidad de stock limitada, así como productos semi terminados que se utilizan solo en el caso de que haya una alta demanda.”

Página: 4

Cómo apoya los objetivos de la marca: Permite responder rápidamente a la demanda del cliente y evita el desperdicio, manteniendo precios asequibles y variedad constante, lo que refuerza su posicionamiento en fast fashion.

Estrategia 2:

“La experiencia adquirida le lleva a crear un pequeño negocio con diseños confeccionados por él mismo. Así, consigue convertirse en proveedor de sus propios diseños sin marca propia. A partir de ahí, decide desarrollar el negocio creando una moda actual y acorde a las últimas tendencias, pero a precios asequibles.”

Página: 2

Cómo apoya los objetivos de la marca: Esta estrategia fundacional se mantiene como pilar: ofrecer moda de tendencia accesible para el público general, lo que ha permitido a Zara democratizar el diseño de calidad y diferenciarse de las marcas de lujo.

Estrategia 3:

“Todos los canales utilizados por Zara funcionan como puntos de contacto independientes en comparación con las tiendas físicas. O como puntos de contacto que mejoran la experiencia del cliente. Por ejemplo, permitir a los clientes comprobar la disponibilidad de productos en la tienda o pedirlos online.”

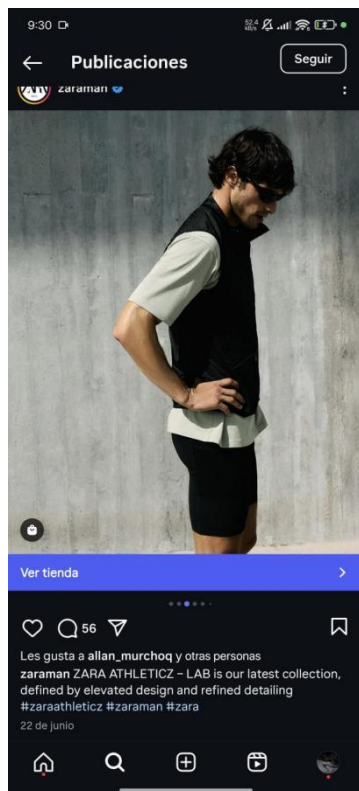
Página : 7

Cómo apoya los objetivos de la marca: Permite que el cliente tenga acceso a la marca de forma flexible y conveniente, mejorando la experiencia de compra e impulsando la conversión desde cualquier plataforma.

2. Capturas de las Fases del Customer Journey

Fase de Reconocimiento

Descripción: En esta fase, el consumidor se da cuenta de la marca o de un producto por primera vez. Zara utiliza imágenes impactantes para atraer la atención del consumidor y generar conciencia de marca.



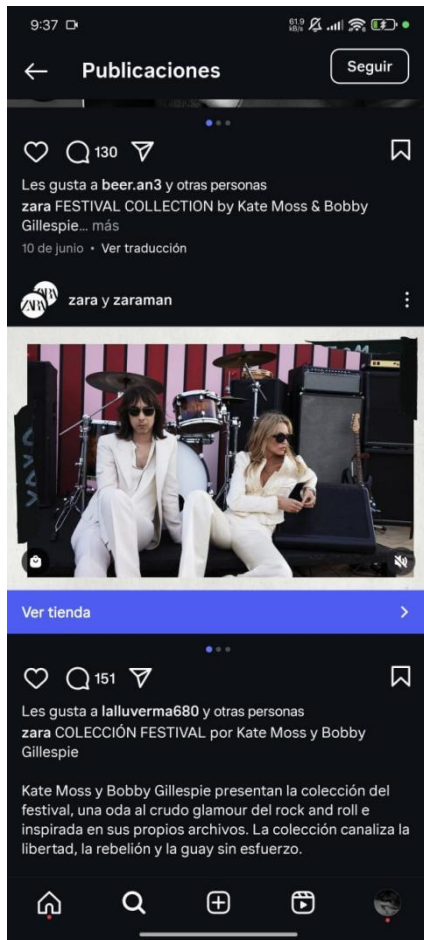
<https://www.instagram.com/p/DLMrZdvMQZB/?igsh=MXBqdmM5Y3NiampnaA==>

Imagen 1: Publicación de Zara Athleticz - Lab. Esta imagen muestra a un modelo con ropa deportiva moderna, destacando la nueva colección.

Análisis: Esta publicación es parte de la fase de reconocimiento porque introduce una nueva línea de productos y capta la atención de los consumidores interesados en la moda deportiva. La imagen visualmente atractiva permite que el consumidor se familiarice con la marca y sus nuevas ofertas.

Fase de Consideración

Descripción: En esta fase, los consumidores están evaluando opciones y comparando productos. Zara genera contenido que destaca las características y beneficios de sus productos.



<https://www.instagram.com/p/DKrXXKltmxW/?igsh=MW9vNm00cjNxeHBqNQ==>

Imagen 2: Publicación de Zara Streaming - Cindy & Kaia's Summer Edit, donde se muestra a una modelo usando prendas de verano mientras conversa sobre la colección.

Análisis: Esta publicación ofrece a los consumidores detalles sobre la colección de verano y cómo pueden incorporar estos productos en sus vidas. La descripción habla sobre el estilo y las piezas de la colección, lo que permite al consumidor considerar opciones de compra para la temporada de verano.

Fase de Decisión

Descripción: Los consumidores en esta fase están listos para tomar una decisión de compra. Zara utiliza la exclusividad y la novedad de sus colecciones para incentivar la compra inmediata.



<https://www.instagram.com/reel/DJJSrpttMa/?igsh=ejhpcjl5MmRlbDBu>

Imagen 3: Publicación de Zara Festival Collection por Kate Moss y Bobby Gillespie, mostrando la colección inspirada en el rock y el glamour de festivales.

Análisis: Esta publicación representa la fase de decisión, ya que presenta una colaboración exclusiva con Kate Moss y Bobby Gillespie, dos figuras icónicas de la moda. El sentido de exclusividad y la presentación de un estilo único incentivan la compra, ya que los consumidores que buscan productos exclusivos de alta calidad se sienten atraídos a tomar la decisión de compra al ver esta oferta limitada.

Resumen Final del Análisis del Customer Journey:

Las tres fases del Customer Journey están claramente reflejadas en las publicaciones de Zara que has seleccionado:

1. Reconocimiento: Una imagen de la nueva colección deportiva Zara Athleticz - Lab capta la atención de los consumidores al presentar productos novedosos y de alta calidad.
2. Consideración: La publicación Zara Streaming - Cindy & Kaia's Summer Edit presenta la colección de verano, haciendo que los consumidores evalúen cómo estos productos podrían integrarse en su estilo personal.
3. Decisión: La Zara Festival Collection con Kate Moss y Bobby Gillespie crea un sentido de urgencia y exclusividad, lo que motiva a los consumidores a tomar la decisión de compra.

3. Palabra Clave y Posicionamiento

Para mejorar el posicionamiento digital de Zara, he identificado tres palabras clave relevantes utilizando la herramienta Ubersuggest:

Palabra Clave 1: Moda Sostenible

Análisis: Esta palabra clave tiene un volumen de búsqueda alto, y es relevante para la creciente preocupación por la sostenibilidad. Al incluirla en su contenido y estrategias SEO, Zara puede atraer a un público más consciente del medio ambiente.

Palabra Clave 2: Compras en Línea Zara

Análisis: Con un creciente número de consumidores que prefieren comprar en línea, esta palabra clave es crucial para aumentar el tráfico al sitio web de Zara. Atrae a usuarios que buscan comprar productos de la marca a través de la tienda online.

Palabra Clave 3: Ropa de Temporada

Análisis: Esta palabra clave es relevante para las colecciones de Zara, especialmente durante el cambio de temporada. Al usarla en sus publicaciones y en su estrategia SEO, Zara puede aumentar su visibilidad en los motores de búsqueda y atraer a los consumidores interesados en las últimas tendencias.

4. Flujo de Comunicación Digital

Canales Digitales de Zara:

Sitio Web: Zara utiliza su sitio web para mostrar su colección, ofrecer detalles de productos y facilitar la compra en línea. El flujo de comunicación incluye la navegación por categorías de productos, el acceso a las colecciones más recientes y una opción de pago fácil.

Redes Sociales (Instagram, Facebook, Twitter): Zara interactúa con los usuarios mediante publicaciones, historias y comentarios. Las publicaciones están diseñadas para mostrar productos, anunciar ofertas y generar conversación sobre la marca.

Aplicación Móvil: La aplicación de Zara ofrece una experiencia de compra personalizada, con recomendaciones basadas en las compras anteriores y notificaciones de ventas exclusivas.



The New

BUSCAR

INICIAR SESIÓN

AYUDA

CESTA (0)

VISTA 1 2 3



22:02 🇪🇺



ZARA



THE NEW
TRAVEL MODE
SUMMER 2025



MENÚ



Interacciones Clave:

Publicaciones en Instagram: Zara publica contenido que no solo muestra sus productos, sino que invita a los usuarios a interactuar, ya sea comentando sobre los productos o participando en concursos.

Mensajes Directos y Respuestas a Comentarios: Zara responde rápidamente a los mensajes directos y a los comentarios en sus publicaciones, proporcionando asistencia al cliente y generando una relación más cercana con el usuario.

5. Diálogo de Chatbot Zara

¡Hola! Bienvenido a Zara

¿Cómo puedo ayudarte hoy?

1. Ver nuevas colecciones
2. Buscar un producto
3. Ver disponibilidad en tienda
4. Revisar mi pedido
5. Hablar con un asesor

Opción 1: Ver nuevas colecciones

Tenemos estas opciones disponibles:

Mujer

Hombre

Niños

Zara Home

¿Quieres ver la colección ahora?

- Sí, mostrar productos
- No, volver al menú

Opción 2: Buscar un producto

Por favor, escribe el nombre o el código del producto.

Ejemplo: Camisa blanca REF. 1234/567

Buscando...

☒ ¡Disponible! ¿Deseas comprar online o ver en tienda?

Comprar online

Ver en tienda

Opción 3: Ver disponibilidad en tienda

Escribe tu ciudad o tienda más cercana:

Ejemplo: Quito

Disponible en Zara Quicentro Shopping.

¿Deseas reservar el producto o ir a la tienda?

Reservar

Ver cómo llegar

Opción 4: Revisar mi pedido

Por favor, escribe tu número de pedido o correo electrónico:

Ejemplo: ZARA12345

☒ Tu pedido está en camino. Llegará el 14 de julio.

Ver seguimiento

Volver al inicio

Opción 5: Hablar con un asesor

Un asesor se pondrá en contacto contigo en unos minutos.

Mientras tanto, ¿hay algo más en lo que pueda ayudarte?

Gracias por visitar Zara

¡Te esperamos pronto!

LINK

https://www.canva.com/design/DAGtHJhIIKI/klUeipIFqm1Sweb9-fugg/edit?utm_content=DAGtHJhIIKI&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

